

La Contabilidad como Herramienta Estratégica de la... pp. 13 - 27

“La Contabilidad como Herramienta Estratégica de la Teoría de la Legitimidad”

Autores: Ricardo J. M. Pahlen Acuña (*), Ana M. Campo ()**

Trabajo presentado y aceptado en los eventos conjuntos 9º Simposio Regional de Investigación Contable y 19º Encuentro Nacional de Investigadores Universitarios del Área Contable, Instituto de Investigaciones y Estudios Contables, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata. Argentina, Noviembre de 2013.

INDICE

Resumen

Abstract

- 1. Introducción**
- 2. Teorías que Explican la Información de Sostenibilidad y el Medioambiente**
- 3. Teoría de la Legitimidad**
- 4. La Contabilidad como Herramienta Estratégica de la Teoría de la Legitimidad**
- 5. Conclusiones**
- 6. Bibliografía**

(*)Contador Público, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires (FCE-UBA). Especialista en Gestión Universitaria, Universidad Nacional de Mar del Plata. Master en Administración de Negocios, Merrick School of Business, University of Baltimore (EE.UU). Doctor en Ciencias de Dirección, Universidad Argentina de la Empresa. Profesor Titular Ordinario Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata (FCE-UNLP). Director del Instituto de Investigaciones y Estudios Contables (FCE-UNLP). Profesor Emérito (FCE-UBA). Docente Investigador Categoría I. rpahlen@uolsinectis.com.ar

(**)Contadora Pública, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires (FCE-UBA). MBA (Escuela Europea de Negocios España). Profesora Titular Regular (FCE-UBA). Profesora Titular Ordinaria, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata (FCE-UNLP). Coordinadora, Profesora y Directora de carreras y cursos de posgrado en el país y el exterior. Docente Investigador Categoría III. federacion2005@yahoo.com.ar

RESUMEN

La rendición de cuentas implica la responsabilidad de llevar a cabo ciertas acciones como también dar cuenta de ellas. El núcleo de la contabilidad de los factores sociales y ambientales, que consiste en la comunicación de la información sobre el impacto de una entidad y de sus actividades a la sociedad, se encuentra receptado en una concepción amplia de la contabilidad.

La mayor parte de las empresas mineras presentan su compromiso social con valores relacionados con la sostenibilidad en sus declaraciones de visión de negocio y políticas organizacionales, sin embargo, no muchas logran una integración eficiente de esos valores en sus niveles operacionales. El compromiso corporativo es condición esencial, pero no suficiente, para lograr la sostenibilidad, la otra condición esencial es una cultura empresarial en la que la sostenibilidad sea un valor profesional, de modo que esté motivada por el compromiso personal, más que por cumplir una norma.

Las empresas mineras se presentan ante la sociedad por medio de sus estados financieros, en ellos revelan el desarrollo de su actividad empresarial y dan a conocer su accionar económico, social y ambiental y la información que hacen pública es el resultado de haber gestionado los recursos naturales de una zona. En ese sentido, se vislumbra un crecimiento económico, pero las comunidades de los alrededores no aprecian los avances que las empresas mineras presentan en sus estados financieros y en sus informes de sostenibilidad, debido a sus habitantes se mantienen dentro de los niveles de pobreza y aún de indigencia.

Consideramos que es relevante tener en cuenta que los entes mejoran su desempeño social y ambiental por medio de iniciativas que contribuyen a edificar eficientes sistemas de gestión ambiental, es decir de Responsabilidad Social (RS). Las empresas y en especial las mineras, deben brindar información sobre su colaboración con el desarrollo sostenible.

La contabilidad patrimonial (financiera), cuyo producto final son los estados contables (financieros), permite que las empresas se valgan de ellos para presentarse ante la sociedad como socialmente responsables. El acuerdo existente entre las organizaciones y la sociedad trata de legitimar mediante la divulgación de información social y medioambiental su actuación, proyectando una imagen de empresa socialmente responsable.

En nuestra opinión, una de las motivaciones por las cuales las empresas - en especial las mineras - revelan información social y medioambiental es para lograr la aprobación de la comunidad con la cual conviven. Es el afán por legitimar su existencia, en función de la credibilidad social, lo que provoca en las organizaciones - en ocasiones incluso escondiendo la verdadera naturaleza de la relación que mantienen con su entorno natural- a emitir información medioambiental. La Teoría de la Legitimidad (TL) investiga la reacción de la empresa ante lo que la sociedad espera de ella: en este caso, una actitud social y medioambientalmente responsable. En este sentido, entre las teorías sociales, es la que goza de mayor aceptación en el mundo académico, constituyendo el marco teórico utilizado en numerosos estudios realizados en el área de la Contabilidad Social y Medioambiental, para explicar las razones que llevan a los directivos del ente a divulgar voluntariamente este tipo de información.

El continuo interés por cuestiones relacionadas con el deterioro ambiental, motiva a la sociedad a exigir a las empresas de sectores críticos o sensibles, como las mineras, causantes de pasivos ambientales, comportamientos responsables en su desempeño ambiental.

Uno de los objetivos para la preparación del Balance social es demostrar la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora, o incide en el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional y/o mundial. Si bien la Resolución Técnica 36 FACPCE resulta de aplicación voluntaria, consideramos de significativa importancia que empresas con actividades que impacten sobre el medioambiente presenten a terceros "Balances Sociales" exteriorizando- a partir de normas establecidas por la profesión contable – información de dichos entes relacionada con el resultado de sus políticas en lo relativo a las aristas económica, social y ambiental, pero siempre reflejando "fielmente" su accionar. Serán los profesionales en Ciencias Económicas quienes deberán actualizar permanentemente los contenidos normativos que dan origen a informes que claramente reflejen los impactos medioambientales y así lograr la "utilidad" que con ellos buscan sus usuarios y no solo revelando sus logros y silenciando sus fracasos.

Palabras Clave: Teoría de la Legitimidad - Contabilidad Ambiental - Rendición de Cuentas - Balance Social.

ABSTRACT

Accountability means the responsibility to carry out certain action and to account for them, as well. Social and Environmental Accounting are based on a broad conception of the Accounting discipline. The Sustainability reports, final product of the Social Accounting segment, enables to communicate the community as a whole the impacts of the reporting entity's actions.

Although many mining companies are used to reporting on sustainability as well as integrating sustainability principles into both their business model and vision, most of them do actually not put into practice such praiseworthy philosophy in their business transactions. Though corporate commitment is an essential part when talking about Sustainability, it must be necessarily accompanied by a strong corporate culture in which Sustainability should be embedded as a material professional value. As a result, every single action developed by the reporting entity related to this matter should be motivated by a deep commitment rather than a compliance issue.

Mining companies are introduced to society through their Financial Statement, which reveal the corporate activity as well as socialize the economic, social and environmental actions developed. This is the result of natural capital management in specific areas. Although there are visible evidences of economic growth, communities do usually not appreciate the achieved goals informed by the reporting entities in both their Financial Statements and Sustainability Reports. The reason for that can be found in the fact that many of their inhabitants are still living in poverty and even indigence conditions.

Reporting entities improve their social and environmental performance by developing efficient environmental management systems, i.e. Social Responsibility

Systems. Companies in general and Mining enterprises, in particular, should reveal their contributions to the sustainable development.

We consider that the Financial Accounting segment through the Financial Statements enables some [reporting] entities to develop a good reputation regarding Sustainability issues which is far from reality. So, Accounting revelations turn out to be the means used by the entity to create towards community the image of a socially responsible company.

The reason that underlies social and environmental revelations of mining companies is the approval of the community in which they operate. The desire of legitimizing their existence in terms of social credibility –sometimes even hiding the true nature of their relationship with their natural environment– is the key factor which leads reporting companies to submit environmental information. The Theory of Legitimacy (TL) which investigates the reaction of a reporting entity regarding the community expectations is considered the favorite one among many other social theories in the academic field. As a result, it is the framework used in academic papers on Social and Environmental Accounting to explain the underlying reasons that motivate corporate directors to voluntarily reveal this kind of information.

The community Interest on environmental damage is one the reasons why environmental damaging companies in general –and mining companies, in particular– are expected –and also demanded by society as a whole– to behave responsibly.

Social Balances should display the way in which reporting enterprises contribute to improve economic, environmental and social conditions –or are responsible for their damage– at a local, regional or global level. Although companies are not obliged to publish Social Balances according to RT 36, we consider that entities which develop activities with economic, environmental and social impacts should reveal their performance through the mentioned report in a faithful and transparent way.

Certified Public Accountant as well as professionals of other economic disciplines should be responsible for keeping up-to-date the statements regarding this issue. Information related to sustainability initiatives becomes useful when it faithfully reflects the multiple environmental impacts. As a result, revealing the mentioned impacts implies communicating not only the corporate achieved goals, but their failures, as well.

Keywords: Theory of legitimacy - Environmental Accounting - Accountability Accounts - Social Balance.

1. Introducción

La minería metalífera causó graves daños ambientales en el pasado que en la actualidad se tratan de disminuir, con cambios tecnológicos, procedimientos de evaluación del impacto ambiental, técnicas de mitigación de impactos y cierre final de minas. No obstante, la realidad mundial muestra que a pesar de ello, la minería metalífera sigue causando variados impactos sobre el agua, el suelo, el aire, los seres vivos, el paisaje y en las distintas comunidades.

Por otra parte, desde hace unos años se verifican cambios en el entorno competitivo, donde los aspectos éticos y de sostenibilidad han ganado importancia y la conciencia moral de las organizaciones se ha ido acrecentando. A los objetivos tradicionales de maximizar las ventas con una prestación de servicios amigable con el medio ambiente pero además rentable (generando valor para los accionistas) se ha agregado la responsabilidad social. Todo ello se plasma en la integración de la triple cuenta de resultados: económicos, sociales y medioambientales, que constituye la base de la Responsabilidad Social (RS).

Esta novedosa perspectiva empresarial toma singular importancia en las actividades mineras que, aunque tienen gran relevancia e importancia para la economía local de zonas ricas en yacimientos minerales, tradicionalmente han sido apreciadas por la sociedad como actividades con un elevado impacto negativo, tanto en el entorno como en los niveles de salud laboral de los trabajadores de dichos entes.

La mayor parte de las empresas mineras presentan su compromiso social con los valores de la sostenibilidad en sus declaraciones de visión de negocio y políticas organizacionales, sin embargo, no muchas logran una integración eficiente de esos valores en sus niveles operacionales. El compromiso corporativo es condición esencial, pero no suficiente, para lograr la sostenibilidad, la otra condición esencial es una cultura empresarial en la que la sostenibilidad sea un valor profesional, de modo que esté motivada por el compromiso personal más que por cumplir una norma.

La elevada presión en temas normativos relacionados con el tratamiento de residuos, contaminación o prevención de accidentes laborales en actividades de especial peligrosidad; junto con las exigencias de administraciones y de la sociedad en general, han hecho que se tome más conciencia acerca de estos temas, es así que, a través del cumplimiento de la legislación vigente y de la mejora continua, se ha tratado de conseguir, aunque tenue, un giro de la situación.

En este sentido, la gestión ha desarrollado un papel esencial, y distintas empresas mineras han implementado sistemas de gestión de calidad, medioambiental o de seguridad y salud laboral y ahora es el turno de la responsabilidad social (RS) que debería integrarse en la misión, valores y estrategia de la corporación.

Las empresas mineras se presentan ante la sociedad por medio de sus estados financieros, en ellos revelan el desarrollo de su actividad empresarial y dan a conocer su accionar económico, social y ambiental y la información que hacen pública es el resultado de haber gestionado los recursos naturales de una zona. En ese sentido, se vislumbra un crecimiento económico, pero las comunidades de los alrededores no aprecian los avances que las empresas mineras presentan en sus estados financieros y en sus informes de sostenibilidad, dado a que sus habitantes se mantienen dentro de los niveles de pobreza y aún de indigencia.

Las comunidades regionales se ven obligadas a competir con las empresas mineras para usar recursos, como el agua y la tierra y también para conservarlos, por ello el paso de la minería por las zonas pobladas ha creado conflictos, pues con el transcurso del tiempo se ha demostrado que el manejo ambiental de las empresas no siempre es eficiente. La desconfianza generada gira alrededor de la remediación de pasivos ambientales y una eficaz inversión sostenible, así como la implementación de un sistema de información ambiental que permita tomar decisiones sostenibles.

2. Teorías que Explican la Información de Sostenibilidad y el Medioambiente

Son los estudios de Carroll (1979), Wartick y Cochran (1985), Wood (1991) y Clarkson (1995), los que desarrollaron el modelo que da respuesta al concepto de desempeño social responsable, fundamentado en la gestión de las relaciones con los grupos de interés, cuya actitud estratégica solo puede demostrarse con un desempeño responsable hacia los mencionados grupos de interés.

Al modelo tridimensional (económico, social y ambiental), Carroll incorpora el concepto de grupo de interés que personaliza la responsabilidad social, delimitando los grupos de personas que el ente considera en su actuación responsable.

Los grupos de interés no solo son los administradores de las empresas, sino también se agregan los accionistas, los trabajadores, clientes y proveedores, es decir diferentes personas con las cuales la empresa interactúa. Quien promueve un mayor desarrollo de esta teoría es Freeman (1984), basado en el estudio de los grupos e individuos que pueden afectar las organizaciones, así como en el comportamiento de los directivos del ente como respuesta a esos grupos e individuos que tienen legítimos derechos.

Asimismo, quienes hacen un análisis de las perspectivas descriptiva, instrumental y normativa de la teoría de los grupos de interés son Donaldson y Preston (1995). Desde un punto de vista descriptivo, la teoría de los grupos de interés permite conceptualizar la naturaleza de las empresas y el comportamiento de sus administradores a partir de su desempeño. Desde el aspecto instrumental, se relaciona el desempeño de los grupos de interés con los objetivos tradicionales de rentabilidad y crecimiento del ente. Finalmente desde la óptica normativa, se identifican las pautas morales para la operación, dirección y gestión de la empresa y si bien los enfoques normativos e instrumentales pueden parecer contrapuestos, en realidad, deben considerarse complementarios, pues pueden soportarse mutuamente, es así que un enfoque instrumental requiere de una base moral como justificación última de la teoría de los grupos de interés como señalan Donaldson y Preston (1995).

Atento que los estudios sobre la aplicación de esta teoría en el desempeño responsable, han tenido múltiples perspectivas sobre qué grupos de intereses se deben atender y satisfacer, es que hemos considerado las perspectivas instrumental y normativa de la RS.

Consideramos que es relevante tener en cuenta que los entes mejoran su desempeño social y ambiental por medio de iniciativas que contribuyan a edificar eficientes sistemas de gestión ambiental, es decir de RS. Las empresas y en especial las mineras, deben brindar información sobre su colaboración con el desarrollo sostenible.

Doctrinariamente, encontramos trabajos que hacen referencia a la práctica regular, por parte de las empresas mineras, sobre la publicación de informes anuales de RS mediante la utilización de indicadores de desempeño de sostenibilidad propuestos por la guía GRI. La información sobre sostenibilidad recoge la gestión de la RS, así como también el grado de rendición de cuentas (accountability) a los grupos de interés.

La rendición de cuentas se ha sido definido por Lloyd, Blagesu y de las Casas (2005) como "los procesos a través del cual una organización se compromete a responder a y balancear las necesidades de las contrapartes en sus procesos de toma de decisión y sus actividades, y responde de acuerdo a este compromiso", es decir que se ven reflejados simultáneamente un derecho (a recibir información) y un deber (el de suministrarla). La rendición de cuentas entonces implica la responsabilidad de llevar a cabo ciertas acciones como también dar cuenta de ellas. El núcleo de la contabilidad de los factores sociales y ambientales, que consiste en la comunicación de la información sobre el impacto de una entidad y de sus actividades a la sociedad, se encuentra receptado en una concepción amplia de la contabilidad.

El papel de la RS es un tema controversial que no resuelve - tampoco intenta solucionar- todas las cuestiones relacionadas con el desarrollo sostenible, aunque tanto ella como la contabilidad socio-ambiental tienen elementos en común: impactos sociales y ambientales de la actividad empresarial, que transversalmente atraviesan los segmentos de la contabilidad financiera y de gestión.

Cabe destacar que la RS se relaciona con cada ente, mientras que los intentos del desarrollo sostenible se verifican sobre el conjunto de la sociedad, sin considerar una empresa específica. La RS encaja mejor con el concepto de rendición de cuentas, aunque tiene un alcance más reducido- actúa dentro de la empresa- y no implica juicios de valor, a diferencia del desarrollo sostenible que sí lo hace, en relación con el mundo tal como es y cómo debería ser.

En nuestra opinión, una de las motivaciones por las cuales las empresas - en especial las mineras- revelan información social y medioambiental es para lograr la aprobación de la comunidad con la cual conviven. Es el afán por legitimar su existencia, en función de la credibilidad social, lo que provoca en las organizaciones - en ocasiones incluso escondiendo la verdadera naturaleza de la relación que mantienen con su entorno natural- a emitir información medioambiental. Serán los profesionales en Ciencias Económicas quienes deberán actualizar permanentemente los contenidos normativos que dan origen a informes que claramente reflejen los impactos medioambientales y así lograr la "utilidad" que con ellos buscan sus usuarios y no solo revelando sus logros y silenciando sus fracasos.

3. Teoría de la Legitimidad

En la actualidad existe una teoría que goza de la mayor aceptación en el mundo académico. Esta teoría reconoce la existencia de un "contrato" entre la sociedad y las organizaciones, de forma que la comunidad requiere los servicios de las organizaciones, las que a su vez, reciben la aprobación de la sociedad. Este "contrato", que cumple las expectativas de ambas partes, se dice que presenta un carácter dinámico y puede ser modificado o revocado cuando alguna de las partes no cumpla las expectativas de la otra.

Esta presunción nace de la existencia de un contrato social entre la empresa y la sociedad y es el resultado de la aplicación del estudio de los negocios éticos cuya legitimación subsiste en la organización cuando sus objetivos y modos de operar están acorde a las normas sociales y la fortaleza de la comunidad.

A diferencia de los postulados económicos que circunscriben el rol de las empresas asociados exclusivamente a la obtención del máximo beneficio para el accionista, hay doctrina que vislumbra una visión alternativa: las empresas operan en la sociedad en virtud de «un contrato social».

Ello lleva a la empresa a actuar de acuerdo con el agrado de la sociedad, teniendo que justificar su existencia constantemente, demostrando que sus servicios siguen siendo necesarios y los grupos sociales que los disfrutan siguen siendo del agrado de la sociedad. Si a este rol que las empresas desempeñan en la sociedad se les suma la posibilidad de que ellas no solo se adapten a las normas y valores sociales, sino que también intenten influirlas, nos encontraríamos ante los pilares únicos del marco conceptual que años más tarde se constituiría en la Teoría de la Legitimidad.

La principal distinción entre la Teoría de la Legitimidad y la Teoría de los Stakeholders hace referencia a la perspectiva desde la cual son contempladas y verificadas. Así, mientras que la Teoría de los Stakeholders estudia quiénes son los destinatarios de la información social y medioambiental divulgada por las empresas, la Teoría de la Legitimidad (TL) se centra en el tipo de información exteriorizada y en el mensaje que el ente pretende transmitir.

A su vez, de acuerdo con Suchman (1995), el concepto de legitimidad utilizado en esta teoría “es la percepción o asunción generalizada de que las acciones de una entidad son deseables o apropiadas en el seno de un sistema de normas, valores, creencias y definiciones elaboradas socialmente”. En consecuencia, una empresa obtiene legitimidad cuando existe una congruencia entre los valores y reglas establecidas y aceptadas por la sociedad, que son seguidas por la organización y que se reflejan en sus actividades, produciéndose la quiebra del contrato social cuando ello deja de suceder. Sin embargo, esta teoría no explica cómo se logra dicha congruencia ni cómo se desarrollan las acciones para conseguirla.

La Teoría de la Legitimidad investiga la reacción de la empresa ante lo que la sociedad espera de ella: en este caso, una actitud social y medioambientalmente responsable. En este sentido, entre las teorías sociales, es la que goza de mayor aceptación en el mundo académico, constituyendo el marco teórico utilizado en numerosos estudios realizados en el área de la Contabilidad Social y Medioambiental, para explicar las razones que llevan a los directivos del ente a divulgar voluntariamente este tipo de información.

Las empresas ganan legitimidad, cuando su actuación con respecto al medio ambiente se ajusta a las expectativas de las partes interesadas y los entes con baja legitimidad pueden atenuar ese efecto mediante la exteriorización de compromisos con el entorno natural.

En cuanto a la legislación y los acuerdos que establecen sus propios principios y valores, la empresa se adapta a su entorno social en busca de legitimación, de no hacerlo así, su conducta le puede acarrear una serie importantes problemas (legales o

sociales), que podrían ir desde la pérdida de confianza y credibilidad hasta el pago de multas o sanciones por su falta de lealtad y compromiso para con la sociedad.

Hay estudios que consideran que son las empresas las que utilizan los medios de comunicación como una principal fuente de información y por medio de ellos dan a conocer sus políticas y estrategias ambientales.

Las organizaciones deben manifestar su legitimación a través de la emisión de los resultados de su gestión a efectos de que puedan ser por todos conocidos. Así, los estados financieros y los informes de responsabilidad social, son estrictamente esenciales para refrendar su actuación con legitimidad.

Las empresas mineras cuando buscan el permiso de la comunidad para iniciar un nuevo proyecto ejercerán una presión considerable sobre la infraestructura física existente, y requerirán el desarrollo de otra nueva. Los principales problemas de infraestructura comunitaria en los países en desarrollo se relacionan con la provisión de agua potable y saneamiento, gestión de residuos sólidos, transporte y sistemas eléctricos, redes de telecomunicaciones y vivienda familiar con los respectivos servicios públicos, escuelas y centros de salud.

El esfuerzo por ganar legitimidad local en los países en desarrollo, hará que las empresas trabajen con las comunidades locales para identificar y satisfacer las principales necesidades de infraestructura. La reputación y legitimidad local incluyen, por un lado el análisis de necesidades de la comunidad y de los problemas de las empresas y socios de la comunidad, por otro la planificación y la inversión en desarrollos para mejorar el tejido social de las comunidades, y por último la planificación y la inversión en la infraestructura física necesaria, tales como sistemas de agua y saneamiento, transporte, electricidad, redes de telecomunicaciones y servicios de educación y salud.

El tema “reputación” es utilizado por muchas empresas mineras para justificar las iniciativas de RS pues ello impacta sobre su imagen, fortaleciendo su marca, incluso incrementando el valor de sus actos, lo que las lleva a legitimarse. Suele afirmarse que cuando una disparidad actual o potencial aparece entre los dos sistemas de valores: entre lo que la sociedad espera de la empresa y lo que realmente percibe, la legitimidad del ente y, por ende su supervivencia, se verán amenazadas, y esto puede suceder sin que las actividades de la empresa hayan cambiado.

La contabilidad patrimonial (financiera), cuyo producto final son los estados contables (financieros), permite que las empresas se valgan de ellos para presentarse ante la sociedad como socialmente responsables. El acuerdo existente entre las organizaciones y la sociedad trata de legitimar mediante la divulgación de información social y medioambiental su actuación, proyectando una imagen de empresa socialmente responsable.

4. La Contabilidad como Herramienta Estratégica de la Teoría de la Legitimidad

La contabilidad patrimonial/financiera tiene como objetivo primordial generar información básicamente histórica sobre las relaciones económicas, sociales y ambientales de las organizaciones con el exterior. Los informes contables obligatorios que brinda son los estados contables/ financieros, expresados en unidades monetarias

que se confeccionan y exponen de acuerdo con normas legales vigentes en cada país. Ellos deberán permitir responder a distintas cuestiones, entre ellas podemos citar, las deudas que surgen por incumplimiento de leyes ambientales, las contingencias por juicios pendientes de sentencia cuantificables y altamente probables, los costos de los bienes vendidos, las inversiones realizadas en activos fijos para la preservación, protección y recuperación ambiental, las erogaciones en investigación y desarrollo ambiental, los incentivos ecológicos obtenidos y gastos en gestión de residuos tóxicos y peligrosos.

En los informes financieros deberán tenerse en cuenta las implicancias de los contratos explícitos en términos de derechos, obligaciones o beneficios, entre partes conocidas como son los clientes, proveedores/acreedores, accionistas, como así también las obligaciones sociales.

Podemos generalizar y manifestar que al considerar cuestiones ambientales, la contabilidad financiera-ambiental tendrá como objetivo la estimación, registro e información de los pasivos, activos y de los gastos e ingresos ambientales.

En los estados financieros, las empresas deberían informar toda la actividad económica, social y ambiental llevada a cabo a lo largo de un ejercicio económico. En ellos se exponen los recursos o activos que representan bienes que serán utilizados para la preservación, protección y recuperación ambiental. Su contabilización ha de darse por separado para permitir la revelación, análisis y evaluación de las actividades ambientales.

Es por ello que destacamos la utilidad de la información contable enunciada en el Marco conceptual pues así se permitirá que las empresas construyan su imagen acorde con las expectativas que la sociedad tiene de ellas. En este sentido, las fluctuaciones tanto en el contenido como en la cantidad de la información medioambiental revelada por parte de las organizaciones serían explicadas por la Teoría de la Legitimidad aludiendo a que responden a cambios en la preocupación social por estos temas.

La idea de legitimación a través de los códigos que facilita la contabilidad, pone de manifiesto que si se trata de informar sobre cuestiones medioambientales, estas habrán de ser la expresión de las acciones de la organización que han sido encaminadas a su preservación. De esta manera, las organizaciones se legitiman con su entorno, pero no podemos entender que el proceso de legitimación debe ser exclusivamente medioambiental.

La legitimación se convierte en necesaria cuando frente a una situación es posible tomar varias alternativas y de la elección de una u otra se derivan consecuencias importantes para los demás sujetos. Por ello las empresas son las llamadas a divulgar toda la información medioambiental por medio de sus informes.

Teniendo en cuenta que parte de la doctrina considera a la "Contabilidad" una tecnología social, al mencionarse dicha disciplina - en sentido amplio- se hace referencia a información y no solo a la financiera, condicionada por normas para el reconocimiento, medición y exposición de activos y pasivos en informes destinados a usuarios tipo, es así que surgen otras especialidades, como la de gestión, con otras soluciones a la medición o presentación de partidas en los informes contables.

Si bien se percibe que cada vez más empresas están adoptando la metodología de la guía GRI para elaborar sus informes de sostenibilidad, al mismo tiempo entendemos que el nivel de compromiso con el desarrollo sostenible es bajo. Por lo tanto, las directrices elaboradas por la GRI se utilizan como una nueva herramienta para legitimar las decisiones de los entes.

El continuo interés por cuestiones relacionadas con el deterioro ambiental, motiva a la sociedad a exigir a las empresas de sectores críticos o sensibles, como las mineras, causantes de pasivos ambientales, comportamientos responsables en su desempeño ambiental.

A este mayor compromiso empresarial con la sociedad, no son ajenas las recomendaciones que propicien un desarrollo basado en términos de sostenibilidad. Igualmente las recomendaciones de la Conferencia de Río (1992), y la adopción de la elaboración de informes de Sostenibilidad de acuerdo con los principios de la GRI, que incluyen importantes aspectos de gestión ambiental, consagran el derecho a divulgar información como una forma de avalar un desarrollo sostenible.

Más que para los mercados, las empresas mineras divulgan información social y medioambiental pensando en las comunidades donde operan, en los agentes sociales, organizaciones ecologistas y grupos de presión. Sin embargo, nos queda la duda - aunque pequeña- en que si el aumento de la información económica- social y medioambiental que divulgan las empresas mineras constituye una pantalla para presentarse ante la sociedad como social y medioambientalmente responsables o realmente exteriorizan una prueba de mayor compromiso social medioambiental, siguiendo las pautas de divulgación propuestas por organismos profesionales, en nuestro medio la Resolución Técnica 36 FACPCE.

El mayor interés mostrado por algunas de las empresas mineras, en informar acerca de su desempeño ambiental, podría originar modificaciones en su comportamiento, como la adopción de un nuevo modelo del sistema de gestión. Muchas veces se ha conceptualizado al segmento medioambiental como “la contabilidad para el cambio organizativo”, sin embargo, el hecho de que sean las propias empresas mineras las que decidan de acuerdo al GRI qué tipo de información divulgar y la temática para la rendición de cuentas, por lo general, la materia objeto de información pasa a ser fácilmente controlable por los administradores de las empresas mineras, sobre todo en relación con el nivel de emisiones, residuos, vertidos, derrames, donaciones, inversiones, gastos en infraestructura ambiental e información sobre certificación ambiental, sin entrar a valorar otros aspectos de mayor significatividad como los pasivos ambientales, desechos tóxicos, emisión de gases efecto invernadero, incluso considerando que surge normativa referida a la información medioambiental. Es así que cobran importancia los Estudios de Impacto ambiental, Planes de Protección ambiental, Pasivos ambientales emergentes y el Plan de Cierre de Minas, que consideran que debe expresamente brindarse información medioambiental y posibles consecuencias de las operaciones propias de la mina, para obtener así un retrato fiel del impacto de sus actividades sobre el medio ambiente.

En este sentido, el mayor volumen de información divulgado por las empresas mineras debería verse acompañado de modificaciones en su comportamiento operativo, de lo contrario, la rendición de cuentas y la divulgación de información socio-ambiental, podría ser utilizada para propósitos y fines radicalmente contrarios a los que motivaron su nacimiento.

Al respecto, se transcribe una nota de una publicación electrónica, elesqui.com, donde se indica que:

“El Informe de sostenibilidad 2012 de la empresa Minera Alumbraera refleja estadísticas más que interesantes sobre el trabajo de la compañía.

Al ir desgranando el extenso y detallado trabajo, se destacan indicadores que evidencian, entre otras cuestiones, la apertura de la minera hacia la comunidad, como ejemplo, las visitas a la mina realizadas por escuelas de los departamentos del Oeste. Durante las 52 semanas del 2012, fueron 55 las escuelas que conocieron el yacimiento.

Aquí, algunos números reflejados en el informe:

802 reuniones con los grupos de interés

En 2012, los diversos responsables de Minera Alumbraera mantuvieron 802 reuniones con integrantes de los grupos de interés.

Los grupos de interés están formados por juntas de vecinos, representantes de instituciones educativas, directores de instituciones de la salud, educadores, vecinos en general, autoridades municipales y titulares de juntas de regentes, entre otros.

Esas reuniones permitieron conocer, de primera mano, sus inquietudes y necesidades.

Visitas de escuelas

En las 52 semanas de 2012, Minera Alumbraera recibió 55 visitas de escuelas de Andalgalá, Belén y Santa María, provincia de Catamarca.

Al finalizar el recorrido por el yacimiento, los participantes fueron invitados a dejar sus comentarios y sugerencias acerca de la experiencia.

Total de salarios abonados

Los pagos en concepto de salarios a los empleados de Minera Alumbraera, en 2012, totalizaron \$ 273.7 millones.

Los empleados en relación de dependencia de la empresa, en ese año, fueron 1.489. Esto implica un aumento de 5% respecto de 2011. El 7,4% de estos empleados son mujeres.

Más agua reciclada

En los 12 meses de 2012, se incrementó el volumen de agua reciclada en Minera Alumbraera.

Esto se consiguió luego de la instalación de una cañería que transporta el agua recuperada por el Sistema de Retrobombeo, hasta la torre de bombeo de la laguna del Dique de Colas.

La instalación actúa evitando la evaporación”.

Los informes de sostenibilidad se han convertido en la principal herramienta de comunicación de la Responsabilidad Social (RS) y el auge que han experimentado durante los últimos años ha ido en paralelo a la expansión de un nuevo paradigma empresarial. Se trata de uno de los canales de comunicación más potentes por su capacidad de llegar a diferentes grupos de interés y por la implicación de todas las áreas de la empresa.

Uno de los objetivos para la preparación del Balance social es demostrar la forma en la que contribuye la organización, o pretende contribuir en el futuro, a la mejora, o incide en el deterioro de las tendencias, avances y condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional y/o global. Si bien la RT 36 resulta de aplicación voluntaria, consideramos de significativa importancia que empresas con actividades que impacten sobre el medioambiente presenten a terceros Balances Sociales exteriorizando- a partir de normas establecidas por la profesión contable – información de dichos entes relacionada con el resultado de sus políticas en lo relativo a las aristas económica, social y ambiental, reflejando fielmente su accionar. Serán los profesionales en Ciencias Económicas quienes deberán actualizar permanentemente los contenidos normativos que dan origen a informes que claramente reflejen los impactos medioambientales y así lograr la “utilidad” que con ellos buscan sus usuarios y no solo revelando sus logros y silenciando sus fracasos.

5. Conclusiones

El objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible y en todo el mundo y cada vez más, las organizaciones son conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable, impulsando como estrategia del negocio la cadena de valor.

La gestión ambiental genera una ventaja integral tanto para las organizaciones como para la sociedad:

- para la organización: mejora su imagen incrementando sus ventas, considerando que los consumidores eligen los productos que no afectan al medio ambiente,
- la sociedad y el ambiente tendrán menos impactos negativos por la actividad empresarial.

La idea de legitimación a través de los códigos que facilita la contabilidad, pone de manifiesto que si se trata de informar sobre datos medioambientales, estos habrán de ser la expresión de las acciones de la empresa encaminadas a su preservación. De esta manera, las organizaciones se legitiman con su entorno, pero no podemos entender que el proceso de legitimación debe ser exclusivamente medioambiental.

La legitimación se convierte en necesaria cuando frente a una situación es posible tomar varias alternativas y de la elección de una u otra se derivan consecuencias importantes para los demás sujetos. Por ello las empresas son las llamadas a presentar toda la información medioambiental a través de sus informes. Teniendo en cuenta que la “Contabilidad” es considerada por parte de la doctrina una tecnología social y al mencionarse dicho término se hace referencia a información-en sentido amplio- (no solo a la financiera condicionada por normas) es que surgen los

segmentos, con otras soluciones a la medición o presentación de partidas en los informes contables.

El Balance social debe demostrar la forma en la que contribuye la organización o pretende contribuir en el futuro, a la mejora de las condiciones económicas, ambientales y sociales a nivel local, regional y/o mundial o a su deterioro. Si bien la Resolución Técnica 36 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) resulta de aplicación voluntaria en Argentina, consideramos de significativa importancia que empresas con actividades que impacten sobre el medioambiente presenten a terceros “Balances Sociales” exteriorizando- a partir de normas establecidas por la profesión contable – información de dichos entes relacionada con el resultado de sus políticas en lo relativo a las aristas económica, social y ambiental, pero siempre reflejando “fielmente” su accionar. **Son los profesionales en Ciencias Económicas quienes deben actualizar permanentemente los contenidos normativos que dan origen a informes para que claramente reflejen los impactos medioambientales y así lograr la “utilidad” que con ellos buscan sus usuarios, no solo revelando sus logros y silenciando sus fracasos.**

6. Bibliografía

Campo, A., Provenzano, F. y Hortas, D. (2011). El contador público y su compromiso responsable. *XXXII Jornadas Universitarias de Contabilidad*, Facultad de Ciencias Económicas del Rosario, Universidad Católica Argentina. *Revista Enfoques* N° 11, 22-29.

Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.

Clarkson, M. (1995). A Stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, vol. 20, 92-117.

Donaldson, T., y Preston, L. (1995). The Stakeholders Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, vol. 20, 65-91.

Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Lloyd, R., Blagescu M. y De Las Casas L. (2005). *Pathways to Accountability: The Gap Framework*. Editor One World Trust.

Pahlen, R., Campo, A., y Sosisky, L. (2012a). La contabilidad generadora de información económica, social y ambiental. *XIII Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Escuelas de Contaduría y Administración (ALAFEC)*, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires (pp. 1-24). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Pahlen, R., Campo, A., y Sosisky L. (2012b). Influencia de la teoría contable en los proyectos de inversión sostenibles. *18° Encuentro Nacional de Investigadores Universitarios del Área Contable y 8vo. Simposio Regional de Investigación Contable*,

Instituto de Investigaciones y Estudios Contables, Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de La Plata (pp. 1-22). La Plata, Argentina.

Suchman, M. (1995). Managing legitimacy: strategy and institutional approaches, *Academy of Management Review*, vol. XX, n. °3, 571-610.

Wartick, S. y Cochran, P. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model, *Academy of Management Review*, vol. 10, Nro 4, 758-769.